

<<现代企业管理>>

图书基本信息

书名：<<现代企业管理>>

13位ISBN编号：9787305051760

10位ISBN编号：7305051764

出版时间：2007-8

出版时间：南京大学

作者：汤少梁 编

页数：299

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

企业是社会生产力发展到一定水平的产物，是商品生产与商品交换的产物，随着生产力的发展、人类社会的进步，企业经历了手工业、工业时代，步入了信息时代，企业管理问题也随之进入信息时代。

随着全球化市场的形成，以企业信息化及电子商务为代表的现代化浪潮席卷而来，在竞争激烈和瞬息万变的全球市场背景下，企业管理问题中所要考虑的核心因素也在发生着一定的变化。

企业要生存、要发展，就必须以主动的姿态适应大环境的发展，参与全球市场竞争。

在新的形势下，企业必须抓住机遇，迎接挑战，从根本上提高本企业瞬息万变的市场的应变能力，取得竞争的优势。

因此，面对国际化的挑战，我国的企业不仅要看到产品和技术上的差距，更深层次的还要看到在管理的理念和方法上的差距。

本书立足于企业信息化及电子商务的时代背景，从新时期我国企业的新问题出发，在现有企业管理的基本理论框架下，结合电子商务在我国企业应用的最新进展以及为企业管理带来的新发展来阐述，使企业管理理论在信息时代得到升华，是一本富有时代特色的现代企业管理理论教程。

本书共由十四章组成，每章开始均提供了引导案例以便将问题形象化，每章之后都附有思考题和经典案例讨论，以方便读者检验学习的效果。

本书由汤少梁总体设计策划，参与编写的人员均为在企业管理以及电子商务、企业信息化等领域从事教学研究和实际工作的人员。

参加编写工作的人员分工如下。

第一章：汤少梁、王高玲、于龙君；第二章：崔友洋；第三章：汤少梁、袁亮；第四章：肖增敏；第五章：李湘娟；第六章：罗凤琦；第七章：汤少梁、张荣贵；第八章：肖增敏；第九章：崔友洋；第十章：罗凤琦；第十一章：罗；第十二章：罗瑁；第十三章：陈丹丹；第十四章：王高玲、刘利利。

由于编写体例所限，本书参考的部分文献和网络资源无法一一列出，再此表示诚挚的感谢。

此次修订融入了编者对企业管理领域涌现的新问题、新现象的探索与研究，并结合自身教学经验的进一步累积，在原版的基础上对引导案例、习题、案例分析等内容进行了更新、修改与补充，力求做到理论与实践相结合，与时俱进！

本书可以作为高等学校经济管理类专业本科生和研究生的教材，还可供广大企业管理实践者的理论学习之用。

希望本书在读者求知路上能助一臂之力。

学无止境，书中问题在所难免，殷切希望读者提出宝贵意见和建议。

## <<现代企业管理>>

### 内容概要

《现代企业管理（第2版）》立足于企业信息化及电子商务的时代背景，从新时期我国企业的新问题出发，在现有企业管理的基本理论框架下，结合电子商务在我国企业应用的最新进展以及给企业管理带来的新发展来阐述，使企业管理理论在信息时代得到了升华。

因此，《现代企业管理（第2版）》是一本富有时代特色的现代企业管理理论教程。

全书共由十四章组成，每章开始均提供了导入案例以便将问题形象化，每章之后都附有思考题和经典案例讨论，以方便读者检验学习的效果。

本次再版在原版的基础上，结合对企业管理领域新问题、新现象的观察及研究，对导入案例、习题及案例分析等部分进行了更新、修改及补充，力求做到理论与实践相结合、与时俱进。

## 书籍目录

第一章 现代企业管理概论第一节 现代企业的概念与特征第二节 企业管理的基本原理第三节 现代企业类型第四节 现代企业制度概述第五节 现代电子商务与企业再造第六节 企业管理学的研究对象与方法案例分析第二章 管理理论的形成与演变第一节 中国古代的管理思想第二节 西方早期管理理论第三节 西方现代管理理论学派第四节 当代管理理论发展及电子商务化趋势案例分析第三章 企业战略管理第一节 企业战略管理概论第二节 企业外部环境分析第三节 企业内部环境分析第四节 企业总体战略与竞争战略第五节 企业战略的选择与制定第六节 企业战略的实施与控制第七节 企业电子商务战略案例分析第四章 经营决策与计划第一节 企业决策概述第二节 企业经营决策的方法第三节 企业计划管理概述第四节 企业经营计划的编制与执行第五节 网络计划技术案例分析第五章 生产管理第一节 企业生产管理概述第二节 生产过程组织第三节 生产计划与生产作业计划第四节 现代生产管理方式和管理模式简介第五节 电子商务在生产制造中的应用案例分析第六章 质量与标准化管理第一节 质量与全面质量管理第二节 全面质量保证体系第三节 质量管理常用的统计控制方法第四节 ISO9000质量管理系列标准第五节 电子商务企业的质量管理案例分析第七章 营销管理第一节 市场营销职能和营销管理过程第二节 市场营销机会分析第三节 市场细分与目标市场第四节 市场营销策略的制定第五节 市场营销方案的设计第六节 网络营销案例分析第八章 物流及供应链管理第一节 物流与供应链管理概述第二节 生产物流与销售物流管理第三节 电子商务条件下的企业资源规划系统第四节 物流运作与电子化管理第五节 客户关系管理与电子商务管理模块案例分析第九章 人力资源管理第一节 人力资源管理概述第二节 工作分析与设计第三节 人力资源的招聘与培训第四节 人力资源的绩效考评与薪酬管理第五节 电子商务环境下人力资源管理案例分析第十章 财务管理第一节 财务管理概述第二节 筹资管理第三节 投资管理第四节 财务报表与财务分析第五节 电子商务在财务管理中的应用案例分析第十一章 企业文化管理第一节 企业文化概述第二节 企业文化的结构第三节 企业文化的功能第四节 现代企业文化的发展趋势第五节 电子商务企业的文化特色案例分析第十二章 信息资源开发与企业信息化第一节 信息资源概述第二节 信息资源规划管理第三节 管理信息系统结构与应用第四节 企业管理信息化第五节 电子商务信息技术案例分析第十三章 企业国际化管理第一节 国际经营环境的变化及趋势第二节 国际化管理的特征第三节 国际化管理的技术与方法第四节 电子商务与企业国际化管理案例分析第十四章 管理创新第一节 管理创新的概念第二节 管理创新的基本内容第三节 管理创新的过程第四节 管理创新的组织与实施第五节 电子商务管理创新案例分析

## 章节摘录

所谓企业管理，就是由企业管理人员或管理机构对企业的经营活动过程进行计划、组织、指挥、控制和激励，以提高经济效益、实现企业赢利的目的。

由此可见，企业管理的主体是人，包括经营者和企业职工；企业管理的客体是资源，包括企业可使用的一切内、外部资源，如人力、物力、财力、时间、信息等等；企业管理的运动过程是通过实施计划、组织、指挥、控制、激励等一系列职能进行的；企业管理的目的是为了实现企业的经营目标，取得尽可能好的经济效益。

随着生产精细化的发展，分工越来越细，生产专业化程度不断提高，生产经营规模不断扩大，企业管理也越来越重要，科学化管理成为培育企业核心竞争力、实现企业可持续发展的重要途径。

二、企业管理的基本原理 管理原理是对管理过程中的客观规律性的表述。

它源于实践，是我们在管理实践中观察、分析和处理问题的理论指导和准绳。

企业管理基本原理是指经营和管理企业必须遵循的一系列最基本的管理理念和规则。

关于企业管理基本原理的表述，目前存在着不同的观点，以下是其中的主要观点。

（一）系统原理 系统是指由事物间相互依赖、相互作用的各种要素（人力、财力、物力、信息、设备、技术等）组合而成的，具有特定功能的有机整体。

从管理的角度看，系统有两个含义：一是指一个实体；二是指一种方法或手段。

凡是客观存在的，由诸要素组成的各种独立事物，都可以看作一个系统，如一个公司、一个工厂、一项工程等。

科学的管理就是要运用系统原理，以达到管理系统的既定目标。

企业管理作为一个系统，具有以下特征：首先，管理系统必须有一定的明确的目的，系统内各部门都是为了这个共同的目的而运行，系统的一切活动都是为了实现这一目的，并争取得到最好的效果。

与此同时，管理必须有全局观点，要有一个系统的统筹规划，要有一个考虑了尽可能多的诸要素的模式。

其次，企业管理系统的建立要具有层次性，要防止管理层次混乱。

再次，管理的各要素或子系统之间具有特定的相互依赖关系，而且管理活动与社会相关活动之间也是相互依存的。

任何一个子系统的功能不健全，或者是任何一个相关系统的不完善，都将影响管理系统的整体功能。

最后，外部环境对系统产生重要影响，管理者必须高度重视增强系统适应外部环境的能力。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>